

# PRIKAZI KNJIGA

---

## *BOOK REVIEWS*

Paško Bilić

**SOCIOLOGIJA MEDIJA: RUTINE, TEHNOLOGIJA I MOĆ**

Naklada Jesenski i Turk i Hrvatsko sociološko društvo, Zagreb, 2020. (Drohobych: Kolo), 205 str.

Knjiga Paška Bilića *Sociologija medija: rutine, tehnologija i moć* nadahnuta je zbornikom Matka Meštrovića iz 1978. godine „Društenost komunikacije“. Podijeljena je u četiri poglavlja, a na kraju knjige nalazi se poseban *Prilog* koji donosi transkripte razgovora vođene s međunarodnim stručnjacima. Autor nas u *Uvodu* podsjeća na složenost definicija koje razmatraju odnos medija i društva te govori o subjektivnim i objektivnim dimenzijama društvenog djelovanja. Ističe kako je mali broj radova koji njeguju sveobuhvatan pristup u prijenosu znanja (2020: 10) te upozorava na podzastupljenost sociološkog pristupa medijima i srodnim temama.

Budući da je komunikacija promatrana najprije unutar socioloških znanosti, autor u prvom poglavlju *Komunikacija i društvena interakcija* polazi od klasičnih socioloških teoretičara – Simmela, Durkheima, Meada, Goffmanna, Bergera i Lukmanna. Govori i o interakcijskim i drugim okvirima kao doprinosu održanja društvenih odnosa, a analizira i ulogu medijskih okvira u konstrukciji stvarnosti te propituje mogućnost pristranosti medijskog sadržaja.

Važnu ulogu u procesu masovne komunikacije ima i publika koja se razlikuje ovisno o interesima, lokaciji i načinu konzumacije medijskih sadržaja. Proizvodnja medijskog sadržaja zahtjevan je proces u sklopu kojega novinari, vodeći se određenim kriterijima selekcije vijesti, (pre)oblikuju društvenu zbilju (usp. Tuchmann, 2002 prema Bilić, 2020). Riječ je o svojevrsnoj obrednoj ulozi komunikacije koju je prvi analizirao Durkheim, a Bilić nas podsjeća da za brojne teoretičare tu ulogu danas imaju mediji (2020: 37) u proizvodnji i distribuciji različitih oblika medijskih događaja.

Drugo poglavlje *Od svakodnevice do javnosti i mreža* stavlja naglasak na makro i mikro strukture društvenih odnosa. Polazeći od Habermasova koncepta komunikativnog djelovanja, Bilić nas podsjeća na mogućnost instrumentalnog djelovanja u komunikaciji, ali i na činjenicu da su jezik, govor i diskurs tri ključna elementa komunikacije. Habermas nam je ostavio u naslijeđe višestruko primjenjivu terminologiju poput javne sfere, koju Bilić u knjizi sučeljava s privatnom, kao i pitanje društvenog konsenzusa (2020: 48). Razmatra se i uloga novih medija i novih tehnologija u stvaranju javne sfere, kao i uloga društvene participacije u demokratskom funkcioniranju društva (2020: 52). Nadalje, Bilić analizira i Foucaultovu teoriju diskursa koja podrazumijeva i društveno isključivanje (2020: 54). Istodobno, diskurs služi za različite prikaze stvarnosti, ali i društvenu legitimaciju, a diskurs prisutan u medijima nerijetko promiče određene ekonomske i političke interese. Govoreći o ulozi tehnologije u posredovanju informacija i poruka, Bilić upozorava čitatelje na pogrešnu paradigmu tehnološkog determinizma, budući „da je i sama tehnologija proizvod, odnosno rezultat društvenog konteksta u kojem nastaje“ (2020: 63). Tako je televizija promijenila diskurs i način prezentacije informacija, a internet otvorio pitanje digitalnog jaza i društvene nejednakosti koji više nisu samo vezani uz pitanje pristupa, nego i korisničke preferencije upotrebe (usp. 2020, 65). Opisujući povijesni razvoj interneta, autor analizira ulogu društvenih mreža u kontekstu jačanja socijalnog kapitala, ali i individualnoga (2020: 72). Navedeno se primjećuje i u proizvodnji medijskog sadržaja, budući da se novinari u svome svakodnevnom radu oslanjaju na mrežne izvore, manje su na terenu, što rezultira padom profesionalnih standarda, kao i padom povjerenja u medije općenito (2020: 77 -78).

Treće poglavlje *Komunikacijske makrostrukture* stavlja u žarište odnose (promjene i procese) vezane uz ekonomiju, politiku, kulturu i medije. Kako digitalna tehnologija pomaže u stvaranju posebnih medijskih kultura te koji su proizvođači kulturnih industrija u optjecaju, samo su neka od postavljenih pitanja u ovome poglavlju (2020: 87). Govori se o učincima globalizacije na proces djelovanja i razvoj medijske kulture. Medijska komunikacija doprinosi održanju društvene nejednakosti i legitimacije društvenog poretka. Autor razmatra pojam refleksivnosti društvenog života, što je osobito vidljivo na prijelazu iz industrijskog u moderno društvo, ali i o rastućim rizicima kao posljedici internacionalizacije i globalizacije. Iako je ishode društvenih promjena teško predviđati, Bilić ističe važnost društvenih aktera koji na njih mogu utjecati (2020: 100). Mediji su pokretači društvenih promjena, no djelovanje medija razlikuje se ovisno o medijaciji i medijizaciji – pojmovima koji se često pogrešno tumače. I dok pod prvim podrazumijevamo tehničke aspekte prenošenja poruke, pod drugim mislimo na „aktivno djelovanje medija na komunikaciju u društvenom i kulturnom kontekstu unutar kojega se mediji mogu razumjeti i interpretirati“ (2020: 100). Nadalje, Bilić u nastavku govori o komodifikaciji i političkoj ekonomiji komunikacije, vrijednosti (medijske) robe, ali i manipulativnom karakteru medijske zabave (Adorno i Horkheimer, 1989 prema 2020: 113). Uz pitanje proizvodnje medijskog sadržaja veže se i pitanje medijskog vlasništva. Onaj koji posjeduje medije, posjeduje i moć koju koristi na različite načine. Medijsko okrupnjavanje kojemu svjedočimo u posljednja dva desetljeća dokida medijski pluralizam, a nove digitalne tehnologije „omogućuju nove oblike komodifikacije i komercijalizacije“ (2020: 116), pri čemu je aktualna rasprava o stvaranju vrijednosti na tim platformama.

Posljednje, četvrto poglavlje *Prema metasociologiji medija* analizira epistemološke i ontološke dimenzije medija. Osim toga, Bilić u ovome dijelu sažima najvažnije poruke iz prethodnih cjelina. Navodi kako je knjizi pristupljeno kao dokazu, ali i da je zauzeta određena metasociološka pozicija (2020: 130), podsjećajući na specifičnost sociologije kao znanosti, a promatrano kroz Kuhnovu paradigmu. Kroz sociološke paradigme protežu se dva kontinuum: 1) mikro-makro i 2) subjektivno-objektivno, no Bilić dodaje kako je riječ o idealnim tipovima promišljanja društvene i medijske teorije, a ne strogo zadanim zakonima koji pomažu pojednostavniti složenost socioloških fenomena i učiniti ih razumljivima javnosti (2020: 131).

Na kraju knjige nalazi se *Prilog: Razgovori o sociologiji, komunikaciji i medijima* koji donosi transkripte razgovora s uglednim inozemnim autorima (Matko Meštrović, Nico Carpentier, Friedrich Krotz, Vincent Mosco, Marija Bakardjieva i Peter Dahlgren, Christian Fuchs), nastale u sklopu sekcije Hrvatskoga sociološkog društva tijekom ljetnih škola i studijskih boravaka (2020: 135). Matko Meštrović objašnjava shvaćanje revolucije iz današnje perspektive, a osvrće se i na virtualnu stvarnost te njezin utjecaj na svijest ljudi (2020: 139). Govoreći o ulozi vrijednosti u stvaranju novih demokratskih oblika, ali i o svom angažmanu u medijima, ističe kako je čovjek osnovna vrijednost za društvo i za sustav (2020: 145). Medijske i komunikacijske studije sintagma je koja mora biti više uključena i u ovome polju, naglašava Nico Carpentier, podsjećajući kako se središte njegova znanstvenog interesa mijenjalo s godinama da bi se usmjerilo na proučavanje odnosa moći u medijima. Kakva je povezanost između medija i društvenih promjena, središnje je pitanje i za Friedricha Krotza koji u razgovoru otkriva dugotrajne pozadinske procese individualizacije, globalizacije i komercijalizacije (2020: 158). S druge strane, Vincent Mosco usmjeren je na kritički

pristup medijima, ponajviše na pitanje moći kao središnjeg koncepta političke ekonomije. Analizirajući računarstvo u oblaku, nastoji pronaći odgovor na pitanje kako države i korporacije upravljaju informacijama, upozoravajući da oblak mora biti dio demokratske javnosti, a ne služiti samo privatnim interesima (2020: 166-167). Zalaže se za nove strategije koje će vratiti tehnologiju u okrilje demokracije, posebice nakon „slučaja Snowden“. Marija Bakardjieva i Peter Dahlgren opisuju svoje školovanje i usavršavanje od Europe do Amerike, kao i usmjerenost proučavanju učinaka digitalnih medija u kojima Dahlgren vidi priliku za osnaživanje ljudi i smanjenje informacijskog jaza (2020: 172). Konačno, Christian Fuchs analizira medijsko sudjelovanje u proizvodnji stvarnosti, kao i u nametanju ideologija (2020: 75).

Knjiga Paška Bilića vrijedno je štivo koje povezuje različite aspekte medijskog djelovanja. Autorovo bogato teorijsko znanje, vidljivo u uspješnom povezivanju različitih teorijskih koncepata te njihovo stavljanje u širi kontekst, potkrijepljeno brojnim primjerima olakšava čitateljima razumijevanje složene materije. Autor nas potiče da kritički razmišljamo o stvarnosti koja nas okružuje, o interakcijama u realnom i virtualnom svijetu, osobnom i medijskom diskursu te pitanjima (medijske) moći u globaliziranom svijetu. *Sociologija medija: rutine, tehnologija i moć* knjiga je koja će uspješno ispuniti prazninu koja je postojala u multidisciplinarnom pristupu proučavanju uloge medija u društvu. Riječ je o djelu koje će rado čitati studenti komunikologije, medija i odnosa s javnošću, sociologije, filozofije, ali i budući doktorandi, kako je u obrazloženju motivacije za njezino pisanje naveo i sam autor.

Tanja Grmuša

Dunja Majstorović

**NOVINE NEKAD I DANAS – Povijesni pregled novinstva i etičnosti novinske prakse**

Golden marketing – Tehnička knjiga, Zagreb, 2020., 262 str., ISBN 978-953-212-473-6

Knjiga *NOVINE NEKAD I DANAS – Povijesni pregled novinstva i etičnost novinske prakse* Dunje Majstorović, docentice na Fakultetu političkih znanosti, nastala je iz doktorske disertacije *Etičnost naslovnica nacionalnih dnevnika: analiza sadržaja Jutarnjeg lista i Večernjeg lista* uz dodatak novih sadržaja i osuvremenjenoga starog sadržaja. Knjiga se sastoji od pet poglavlja i zaključka, a poglavlja su koncipirana tako da na početku imaju sažetak koji čitatelja uvodi u temu.

U prvom poglavlju pod naslovom *Novine* Dunja Majstorović piše o važnosti starih novina kao potencijalnog izvora informacija za znanstvenike, studente i sve one koje interesira kakav je nekada bio život. Stare novine pomažu shvatiti povijesni kontekst bitan za razumijevanje današnjih zbivanja. One su primarni izvor povijesnih informacija i zato je važno da budu dostupne korisnicima, ističe Majstorović (25). Autorica opisuje različite tehnike kojima knjižnice pokušavaju zaštititi stare novine kako bi one bile dostupne. Projektom digitalizacije novina dio starih novina dostupan je na portalu *Stare hrvatske novine* na kojem se nalaze najstarije hrvatske novine iz 18. i 19. stoljeća. U potpoglavlju *Kako istraživati novine* čitatelj će saznati sve o analizi sadržaja jednoj od najvažnijih metoda za istraživanje medija posebno novina (32-35). Prvo poglavlje završava opisom različitih vrsta novina. Na

hrvatskome novinskom tržištu razlike među novinama gotovo i ne postoje, smatra autorica jer, kako kaže, prevladavaju polutabloidna izdanja koja imaju obilježja ozbiljnih novina i tabloida (38).

*Kratki povijesni razvoj novina u svijetu* naslov je drugog poglavlja u kojem Majstorović opisuje nastanak prvih novina, razvoj modernih novina u 19. stoljeću te korijene žutog novinarstva i razvoj tabloida. Prve tiskane novine pojavljuju se u Europi početkom 17. stoljeća, a krajem 18. stoljeća u europskim zemljama i Americi dnevne novine već su profilirane, ali dosta slične u grafičkom izgledu. Imale su od tri do šest stupaca, nije bilo istaknutih naslova, ilustracije su bile rijetke, pojavljuju se reklamne poruke (42). Značajna promjena u izgledu novina dogodila se u 19. stoljeću kada se novine grafički mijenjaju, vijesti se počinju potpisivati, a uvode se i fotografije. Kako su se mijenjale naslovnice novina, donosi potpoglavlje *Evolucija naslovnica dnevnih novina* i to s pomoću opisa naslovnica od *The Daily Couranta* iz 1702. godine, *The New York Timesa* iz 1851., *Jutarnjeg lista* iz 1914., *Vjesnika* iz 1952. pa sve do *24sata* danas (52-54). U ovom je poglavlju opisan nastanak i razvoj magazina koji su se pojavili krajem 19. stoljeća u Americi. Godine 1900. u Americi je izlazilo 50-ak magazina, a neki su imali nakladu veću od 100 tisuća primjeraka. Zlatno razdoblje magazina bilo je između dva svjetska rata kada se profiliraju tri skupine magazina: *digest* izdanja, *newsmagazini* i magazini fotografija (56-57). Za svaku od ovih skupina autorica navodi i opisuje najpoznatije američke i europske magazine i njihov razvoj.

Prve novine u Hrvatskoj kasnile su više od 150 godina za pojavom prvih novina u svijetu, piše autorica u trećem poglavlju koje je posvećeno razvoju novina u Hrvatskoj. Razloge kašnjenja treba tražiti u tome što strane vlasti nisu s odobravanjem gledale na razvoj novina, postojali su problemi s jezikom, malo je bilo obrazovanih ljudi, a nije postojala ni distribucija novina (64). Prava ekspanzija novina događa se u 20. stoljeću. Posebno detaljno je opisan nastanak i razvoj *Vjesnikove* kuće s velikim brojem dnevnih novina i revija. Počeci *Vjesnikove* kuće podudaraju se s napretkom u društvu, rastom industrijske proizvodnje, zaposlenosti i životnog standarda. Tada se pojavljuju revije za različite potrebe ljudi od *Vjesnika u srijedu* (1952.) koji je bio moderan informativno-politički list, *Svijet* (1953.) časopis za suvremenu ženu, *Studio* (1964.) magazin o televiziji, *Vikend* (1968.) namijenjen za slobodno vrijeme jer je subota postala neradni dan. Svoj magazin dobili su 1969. i muškarci jer je tada pokrenut *Start* po uzoru na neka zapadna izdanja. Posljednji od velikih revija koji je pokrenut bio je *Danas* (1982.), informativno-politički magazin koji je obilježio 1980-e godine (89-140). *Vjesnikova* izdanja danas mogu poslužiti studentima novinarstva kao primjer uzorne obrade tema, a povjesničarima kao izvor novih informacija.

Devedesete godine 20. stoljeća donijele su novo razdoblje za hrvatsko novinstvo, mnoga izdanja su nestala (*Danas*, *Studio*, *Start*, *Svijet*, *Vikend*), pojavili su se novi tjednici i mjesečnici, neki su izlazili kratko vrijeme (*Pečat*), a neki su se održali do danas, poput *Globusa* (141-145). Velike promjene doživjelo je i tržište dnevnih novina od kojih su neke prošle nasilnu privatizaciju (*Večernji list*, *Slobodna Dalmacija*, *Glas Slavonije*), 1998. pojavio se *Jutarnji list*, a 2005. i prvi hrvatski dnevni tabloid *24sata* (147-152).

Četvrto poglavlje posvećeno je novinarskoj etici i društvenoj odgovornosti novinara i medija. Autorica ističe da se moderno novinarstvo suočava s rastućom tabloidizacijom i nedostatkom ozbiljnog (analitičkog) novinarstva, što je doprinijelo padu vjerodostojnosti medija (169). Povjerenje se može vratiti regulacijom struke i kažnjavanjem onih koji ne poštuju etičke kodekse, ističe Dunja Majstorović (236).

A koliko novinari i urednici ne poštuju kodekse, donosi peto poglavlje *Etičnost naslovnica na primjeru Jutarnjeg lista i Večernjeg lista* u kojem su predstavljeni rezultati istraživanja analize sadržaja tekstova i fotografija s naslovnica u tim novinama tijekom godinu dana. Autorica upozorava da je potrebno sustavno proučavanje novina kako bi se upozorilo na kršenje etičkih standarda novinarstva zbog unapređenja novinarske etike (186). Analizom sadržaja autorica je u šest prijepornih kategorija (Navođenje anonimnih izvora, Prikazivanje samo jedne strane, Narušavanje prava čovjeka, Pretjerivanje i neprimjereno izvještavanje, Naslov koji ne odgovara tekstu i Neprimjerena fotografija) željela utvrditi etičnost naslovnica. Polazna pretpostavka je da zbog koncepcije lista s atraktivnim i senzacionalističkim naslovima dolazi do pada standarda u novinarstvu i kršenja etičkih načela (187). Svaka kategorija je detaljno opisana i pojašnjena, a navođenje primjera bit će od velike koristi studentima novinarstva i komunikologije za bolje razumijevanje novinarske etike. Autorica u Zaključku daje kratak prikaz cijele knjige, odnosno opisuje razvoj novina od 17. stoljeća do danas s posebnim osvrtom na hrvatsko novinsko tržište. Novine se danas nalaze pred velikim izazovom jer ne uspijevaju konkurirati novim medijima i promijenjenim afinitetima medijske publike (237). Autorica izlaz vidi u pružanju sveobuhvatnih informacija i okretanju ozbiljnijem novinarstvu za kojim postoji potreba.

Knjiga *NOVINE NEKAD I DANAS – Povijesni pregled novinstva i etičnost novinske prakse* docentice Dunje Majstorović nije namijenjena samo studentima novinarstva, komunikologije i informacijskih i komunikacijskih znanosti, već i znanstvenicima koji se bave istraživanjem novina i magazina. Knjiga će posebno biti od koristi istraživačima kojima je u žarištu hrvatsko novinsko tržište od sredine prošlog stoljeća do danas jer donosi detaljne informacije o razvoju tiskovina, uređivačkoj koncepciji, promjenama u uredništvu i nakladama.

Željana Ivanuš

Damir Matković

#### **TELEVIZIJSKI PROGRAM: PROIZVODNJA, DOBAVLJAČI, ŽANROVI**

Školska knjiga, Zagreb, 2019., 579 str.

ISBN 978-953-0-60082-9

Knjiga Damira Matkovića *Televizijski program: proizvodnja, dobavljači, žanrovi* u izdanju Školske knjige, strukturirana u deset tematskih cjelina, otkriva čitateljima sve o realizaciji televizijskog programa, ali i otkriva svijet iza ekrana. U digitalno doba, kada mnogi predviđaju kraj televizije kao medija, pokazuje se kako ona i dalje ima aduta za privlačenje publike.

Iako je knjiga uglavnom fokusirana na američku televiziju, kako navodi autor u *Prologu* (17), ponajviše zbog njezine razvijenosti u svim aspektima – žanrovskom, organizacijskom i produkcijskom, navedeno je nesumnjivo utjecalo na razvoj europske televizije. U prvoj cjelini *Program* Matković donosi komparativnu analizu američke i europske klasifikacije programa. I dok je europska klasifikacija vođena kriterijima poput namjene, formata i sadržaja (19), američka se više orijentira na standardizaciju, diferencijaciju i inovaciju (25). Ipak, glavna je razlika u činjenici da se europske televizije (ponajviše javni medijski servisi) oslanjaju na pretplatu, dok je američka televizija usmjerena na komercijalni aspekt. U stva-

ranju i realizaciji programa oslanja se na televizijsku podjelu kalendarske godine, koja je vođena zadanom shemom, no Matković naglašava važnost osluškivanja potreba publike (33 - 34).

Druga cjelina *Javna i komercijalna televizija* donosi prikaz oblika televizijskih emisija, kao i modela ustroja medijskih organizacija, osvrćući se pritom na pojedince koji su svojim djelovanjem i razvojnom orijentacijom zaslužili mjesto u leksikonu televizije. Također, autor progovara i o nastanku televizijskih mreža (*networks*) i njihovu funkcioniranju poput NBC-ja, CBS-a, ABC-ja i Foxa Broadcastinga, podsjećajući čitatelje na njihove uspješne medijske menadžere, zatim na kultne proizvode (mozaične emisije, *reality* šouove, inovacije u reklamnim blokovima), kao i na početak suradnje američke televizije s filmskom industrijom i kinodistributerima (69 – 100). Uz navedeno, analizira se organizacijski ustroj lokalnih televizijskih postaja, a razmatraju se i raznovrsni izvori financiranja televizijskih kuća te modeli sindikacije televizijskog programa.

Jedna od temeljnih funkcija medija je informiranje, a po snazi vlastitoga informativnog TV programa mjeri se i ugled televizijske kuće (136), ističe Matković u četvrtoj cjelini *Informativni program*. Za uspješnu realizaciju informativnog programa ključan je odabir medijskih profesionalaca koji će kreirati sadržaj u skladu s najvišim profesionalnim standardima, ali i redakcijski ustroj.

Na proizvodnju televizijskog programa uvelike je utjecao i razvoj nove tehnologije: od prvotnog korištenja filmske kamere do praktičnoga prijenosnog kompleta za emitiranje teksta i slike koji postaje standard. Tehnička podrška iznimno je važna radi osiguravanja kvalitete, no da se i televizija s vremenom otvarala prema građanskom novinarstvu, dokazuje činjenica da su neki od najpoznatijih snimki povijesnih događaja upravo djelo amatera (161). Proizvodnja informativnog sadržaja uključuje visoke troškove, stoga je ključno temeljito planiranje. Najvažniji proizvod informativnog programa predstavlja televizijski dnevnik, koji je i dalje nezaobilazan izvor informacija za većinu ljudi (175). Iako se njegov oblik i koncept razlikuju ovisno o američkoj i europskoj tradiciji, njegova realizacija počiva na ljudima (voditeljima i televizijskim producentima), kao i brojnim dobavljačima među kojima su vodeće svjetske novinske agencije te eurovizijska mreža razmjene vijesti.

Peta cjelina *Zabavni program* analizira utjecaj igranog programa u Americi na razvoj srodnih žanrova na europskom kontinentu. Autor kronološki opisuje nastanak prvih sapunica prvo na radiju, a zatim na televiziji. Kao južnoamerički odgovor na sapunice javljaju se *telenovele* potkraj 50-ih godina na Kubi. Najveći latinoamerički proizvođači telenovela svoju uspješnost duguju bliskim odnosima s politikom, a njihov utjecaj na društvo ogleda se u liberalnijem pogledu na donedavno kontroverzne teme (240). Donoseći pregled najpoznatijih latinoameričkih telenovela, autor naglašava njihov početni prosvjetiteljski utjecaj koji se ogledao u interesu za opismenjavanjem masa. Novi popularni format nesumnjivo je *narconovela* koja donosi zaokret u tematici od životnih pitanja na prostituciju, drogu i kriminal, što je publika latinoameričkih zemalja dobro prihvatila. Pojašnjavajući razliku između telenovela i sapunica, Matković donosi pregled sadržaja telenovela koje su promijenile i televizijski program u Hrvatskoj, pri čemu je najuspješnija izvoznica takva programa Nova TV (249 – 260). Zabavni program čine i brojne studijske emisije (magazin, *talk* šouovi, *game* šouovi, studijske glazbene emisije, kao i veliki događaji – spektakli). Kako izgleda priprema i realizacija jednoga takvog projekta, autor je pokazao na primjeru Dore – hrvatske pjesme za pjesmu Eurovizije.

Spomenuta je neraskidiva veza između filmske industrije i proizvodnje televizijskog programa, o čemu Matković govori u šestoj cjelini *Proizvođači televizijskog programa*. Tako danas imamo dominaciju velike šestorke (*Warner Bros, Walt Disney, Paramount, 20th Century Fox, Columbia, Universal*) (327). Autor donosi detaljan i iscrpan pregled najvećih svjetskih multimedijjskih proizvođača televizijskog programa, podsjećajući nas na brojne primjere fuzioniranja tvrtki i posljedice koje su nastale nakon toga na medijski krajolik unutar EU-a, ali i šire.

Uz informativni program, jedan od najgledanijih sadržaja nesumnjivo je i sport, o čemu govori sedma cjelina *Sportski program*. Kakav je odnos televizije i sporta, kakva je uloga televizije kao medija u organizaciji sportskih natjecanja, koji čimbenici utječu na određivanje cijene prijenosa događaja, samo su neka od pitanja na koja ova cjelina nudi odgovore. *Televizijsko reklamiranje* osma je cjelina koja čitateljima otkriva modele sponzoriranja televizijskih sadržaja, ponajviše na američkom tržištu, propitkujući reklamne kvote, kao i njihovo poštivanje. Također, donosi se pregled povijesnog razvoja reklamnih spotova te razmatra uloga prikrivenog oglašavanja u proizvodnji medijskog sadržaja, koje je nemoguće izbjeći unatoč zakonskim regulativama.

Moć televizije kao medija prepoznali su i političari, o čemu govori osma cjelina *Političko reklamiranje*. I dok politički marketing u SAD-u karakterizira agresivna retorika, spektakularizacija politike te fokus na dojam umjesto na kandidata, EU zahtijeva da svaki oblik političkog marketinga bude usklađen s AVMSD direktivom s ciljem izbjegavanja diskriminacije (508 – 512). Raste uloga PR savjetnika u političkim kampanjama, a njihovu (ne)uspješnost Matković analizira na primjerima hrvatskih i svjetskih kompanija.

Osim kvalitetne strategije približavanja potencijalnim biračima, važno je i vrijeme koje pojedini akter/stranka dobiju na televiziji. Stoga je važan i *Raspored programa* kako je naziv devete cjeline. Riječ je o zahtjevnome zadatku koji s jedne strane nastoji zadovoljiti očekivanja publike, a s druge strane mora voditi računa o financijskom okviru i konkurenciji (518 – 521). Autor donosi i pregled strategije sastavljanja programske sheme u SAD-u i EU-u. Posljednja, deseta cjelina *Istraživanje gledanosti programa* podsjeća čitatelje na važnost istraživanja tržišta s ciljem praćenja preferencija publike, ali i osiguravanja konkurentnosti televizijskog programa. Veliku je ulogu u tome na američkom tržištu imao Nielsenov TV indeks, koji se naknadno udružio s britanskim *Peoplemeterom* kako bi osigurao individualno mjerenje gledanosti. Iako je praćenje gledanosti često na udaru kritika zbog nepouzdanosti metode i uzorka, dvaju ključnih parametara, Matković zaključuje kako televizija i dalje traži pouzdane metode (540 – 550).

Knjiga Damira Matković sadržajem i opsegom predstavlja kapitalno djelo koje na jednom mjestu sažima sve o televiziji kao mediju. Spojivši dugogodišnje novinarsko i uredničko iskustvo sudjelovanja u realizaciji različitih medijskih formata, ali i enciklopedijsko znanje o povijesnom razvoju televizije na američkom i europskom kontinentu, autor je napisao djelo koje će nesumnjivo biti jedan od obaveznih udžbenika za televizijsko novinarstvo. Knjiga je namijenjena teoretičarima medija, posebice televizije, studentima komunikologije, medija i medijskoga poslovanja, ali i svim radoznalima koji žele biti upoznati s različitim medijskim žanrovima te razumjeti kako nastaje televizijski program.

Tanja Grmuša



Zrinjka Peruško, Dina Vozab and Antonija Čuvalo

**COMPARING POST-SOCIALIST MEDIA SYSTEMS: THE CASE OF SOUTHEAST EUROPE**

London and New York: Routledge, 2020, 320 pp

ISBN 9780367226787

As it is mentioned at the very beginning of the book *Comparing Post-Socialist Media Systems: The Case of Southeast Europe*, media systems are divergent. Although the process of organizing knowledge for various purposes implies some sort of generalization, it is important to keep in mind that any such act brings about the possibility of missing important parts on the way. That is exactly what Zrinjka Peruško, Dina Vozab, and Antonija Čuvalo emphasize. It is acceptable to define Southeast Europe as a separate region, as well as to define countries from that area and their media systems as a specific group. Nonetheless, the fact that they share socialist political heritage does not mean that they demonstrate equal attributes concerning media environment. The book is divided into six chapters.

The first chapter is *Introduction*, where the authors explain that the book aims to find out why variables like freedom of expression, independence, and autonomy of the media in Southeast European countries are constantly lower than in Central Europe, despite the fact that post-communist transition started long time ago (p. 2). The authors also introduce three models that help to compare the media systems of the countries belonging to the region of Central and Eastern Europe, from classification into types of media systems to multi-country comparative studies. They emphasize Hallin and Mancini's (2004) theoretical framework as a useful empirical tool. In this book the focus is on six post-Yugoslav states: Slovenia, Croatia, North Macedonia, Serbia, Montenegro, and Bosnia and Herzegovina.

The second chapter, *Explaining the transformations of post-socialist media systems*, identifies three problems in regard to studying post-socialist media characteristics. The first is the problem of studying media change, which is closely connected to social change, since certain changes occur incrementally, while others tend to happen quickly. In this book, the authors use critical junctures in order to recognize major social changes (p. 22). Critical junctures are connected to the second problem, the problem of periodization. The authors cite Ekiert and Ziblatt (2013) to point out that critical European junctures are 1848, 1918, 1945, and 1989, while the Eastern European de-democratization or failed democratization processes happened in 1948, 1956, 1968, and 1980 (p. 23). Finally, the third is the problem of comparison. This problem arises every time when some determinants of the theoretical role-model are simply applied to the issues that research concentrates on. For this reason, context is extremely important, and in this case it is the specific set of circumstances that over the course of history shaped media systems of the six countries in Southeast Europe. This chapter ends with the methodological section that explains fuzzy set qualitative comparative research (fsQCA), and conditions that affect the outcomes in media systems: political, socio-economic, and cultural and symbolic field. The following three chapters present comparative studies of the six countries within three temporal frameworks recognized by Peruško (2016): modernization of the 19th century until the end of World War II, the socialist period, and the post-socialist period after 1989.

*Prelude to modernity* is the third chapter of the book. It encompasses the time period in which Slovenia, Croatia, Macedonia, Serbia, Montenegro, and Bosnia and Herzegovina

underwent different forms of statehood models. Therefore, the separate parts of the chapter concern the Habsburg and Ottoman Empires, the Kingdom of Serbs, Croats and Slovenes, and the Kingdom of Yugoslavia, all including main political, economic, and cultural determinants specific to a certain period, as well as journalistic professionalism and autonomy, and globalization and communication flows issues. This is the pattern that is used in the next two chapters as well. Peruško, Vozab, and Čuvalo point out that in the first temporal framework, delayed modernizations and late press development are obvious in all the studied countries in comparison to the Western ones (p. 73). Additionally, it is found out that Slovenia and Croatia were more successful in comparison to the states occupied by the Ottoman Empire in terms of modernization indicators like literacy, urbanization, and industrialization.

Overall high industrialization levels are inherent to the next time frame, which is the subject of the fourth chapter, *Media systems in socialist modernity*. The authors cite Ramet (2009) and Erdei (2012) to note that at the beginning of rapid industrialization, Yugoslavia had high illiteracy rates. However, the share of illiterates in the population was reduced from 40 % before World War II to 25 % by the end of the 1960s (p. 82). The media systems of the observed countries in this historic moment were characterized by a high degree of political parallelism which eventually decreased, multiple public spheres, journalism that played both the apologetic and critical role, and specific television culture. Due to the magnitude of Yugoslavia as a whole and diversity it gathered, it is not surprising that some countries performed better on relevant scales, which was often related to the level of economic development. For example, the authors state that newspaper sales in Yugoslavia averaged 133 copies per 1,000 of the adult population by the end of the 1960s. However, there were disparities between the republics: Slovenia sold 245 copies per 1,000, while Macedonia only 54 (p. 114).

The fifth chapter, *Toward democracy: Post-socialist media systems in digital modernity*, concerns the period following the fall of the Berlin Wall in 1989. The transformations of the political field include exiting socialism, war and the collapse of Yugoslavia, and state building, which all affected the media sphere of the observed countries. Peruško, Vozab, and Čuvalo argue that Slovenia, Croatia, and Serbia stand out as leaders of market development, adding that Serbia holds the position of the regional leader when it comes to television content export. The transformations in the media field, the authors claim, follow democratic consolidation (p. 189). Slovenia and Croatia have pluralist and autonomous mainstream media, with polarization as a factor in smaller Internet media.

*Why the media systems are the way they are* is the final chapter of the book. In this chapter, the authors suggest sufficient conditions for a developed print market in modernization, highly developed journalism profession in modernization, developed media market in socialism, developed journalism profession in socialism, political parallelism in socialism, developed media market in digital modernity (including media, and structural and agency conditions), as well as for other relevant categories. They also call out for a future research in the field of media systems.

The book *Comparing Post-Socialist Media Systems: The Case of Southeast Europe* is a comprehensive study of six countries and their media systems during different intervals in history. Besides the interesting facts that the text itself brings up, what can also be found in this book is a lot of numerical data, tables, and graphs. Even though the main

subject belongs to media studies, a special value of this book lies in the fact that it is not mediacentric. It offers a wide political, economic, social, and cultural perspective. This is definitely the right path for all the upcoming academic work in journalism, media studies, communications and public relations.

**Karlo Kanajet**